Géosymbolique et iconosphère bourguignonnes
Continuité ou rupture paysagère? Le cas de Beaune

Mario Bédard
Centre interuniversitaire d'études sur les lettres, les arts et les traditions
Université Laval
habitare@sympatico.ca

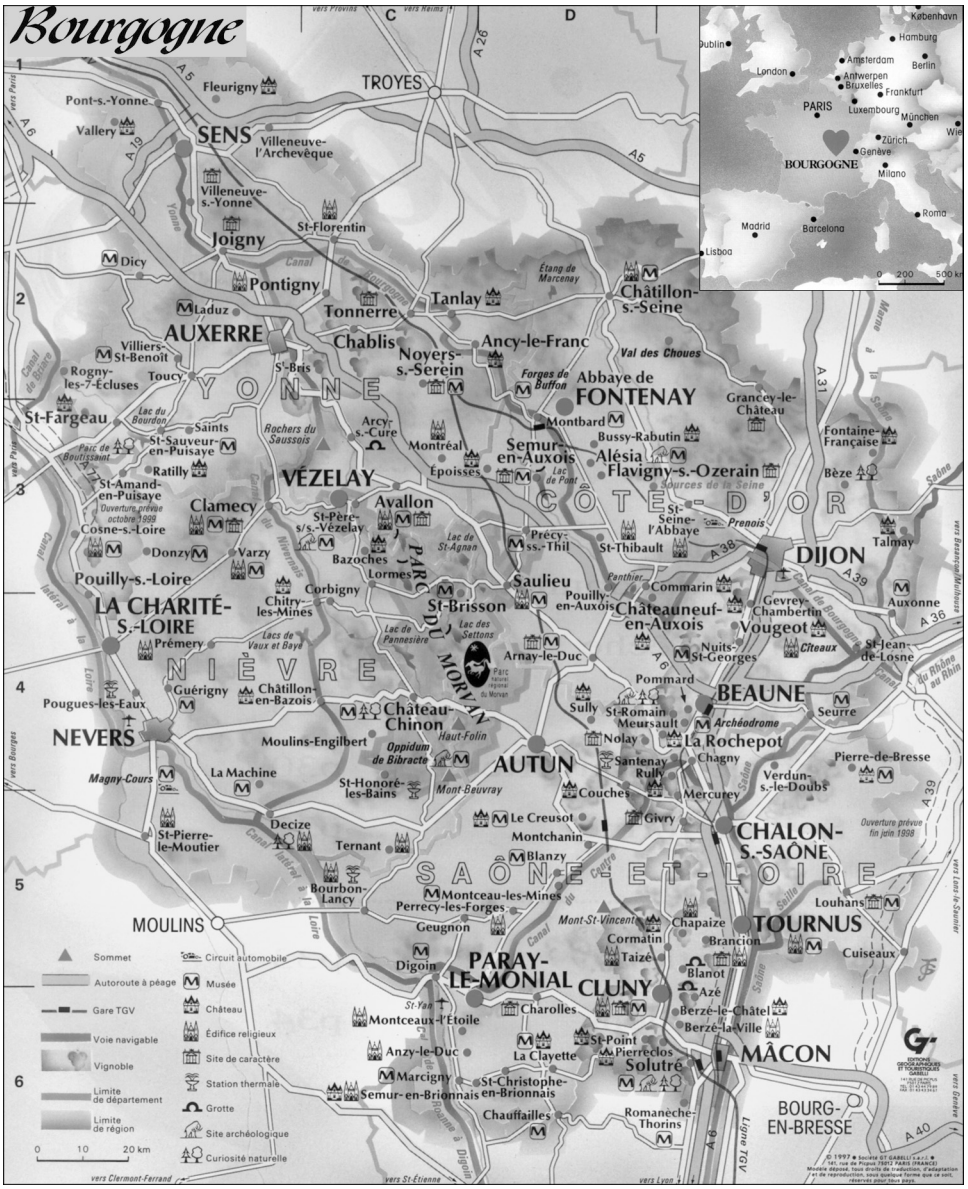
L'identité n'est pas une inoffensive relation avec soi, mais un enchaînement à soi : c'est la nécessité de s'occuper de soi.

(Lévinas, 1983 : 36)

En ce début de XXI[e] siècle, nous éprouvons tous un peu le vertige, et une certaine forme de paranoïa ou d'insécurité prolifère. En effet, alors qu'est mise en péril l'architectonique du monde par une mondialisation qui avalise ou exacerbe les différences, tous interrogent les fondements de leur identité. Porteuses de ruptures de sens, de déficits symboliques et autres déséquilibres, c'est ainsi au confluent de la reconfiguration des modes de vie, puis de la mutation des valeurs d'une civilisation en mal de sens, que la ville de Beaune, par exemple, est amenée à réévaluer ses paysages et leur rôle identitaire. Là, comme partout ailleurs, les localités, villes et régions sont questionnées de l'intérieur par ceux qui les peuplent et qui cherchent auprès d'elles un cadre référentiel fort. Elles le sont également de l'extérieur avec « l'amplification de la division du travail et la croissance exponentielle des échanges » (Santos, 1997 : 174) qui rendent de plus en plus poreuses nos frontières, de plus en plus caduques nos institutions, de plus en plus ténues nos distinctions culturelles. Cette double mise en cause les incite à réaffirmer leur spécificité, notamment face à l'altérité, trop absente du débat, à se recentrer pour leurs habitants et à se repositionner sur le nouvel échiquier qui se dessine.

Que ce soit pour l'agglomération bourguignonne ici retenue[1] ou pour toute autre entité socio-spatiale, un processus d'affirmation et de promotion s'est partout mis en place. Ce double processus, cherchant à redonner du sens au territoire et à revendiquer une certaine autonomie, a tout spécialement recours aux paysages dans leurs représentations picturales, en cette époque où il n'y en a que pour le regard. Ce processus gémellaire s'articule en effet d'abord et avant tout autour d'une iconosphère homologuée, c'est-à-dire d'un corpus d'illustrations et de figures qui rassemble ce que les dirigeants politiques, les administrateurs et les promoteurs économiques de cette ville considèrent être les paysages les plus à même d'opérationnaliser la gestion stratégique et l'idéologie entrepreneuriale (Lussault, 1997) afférentes à cette mise en image de leur ville (figure 1).

Figure 1 Carte de la Bourgogne



Source : Conseil régional de la Bourgogne, 2002.

Or, si « les sociétés aménagent leur milieu en fonction de l'interprétation qu'elles en font », une interprétation si étroitement liée à « l'aménagement qu'elles en font » (Berque, 1995 : 61) que le milieu créé par l'homme devient créateur de l'Homme, les paysages qui ont ainsi été retenus et mis en scène servent-ils au mieux leur

double objectif d'affirmation et de promotion? Ou au contraire, pour reprendre Le Couédic (2002), retirent-ils à ce lieu « sa saveur et nous exposent-[ils] au risque de son anéantissement, […] »? Autrement dit, ces paysages beaunois choisis renvoient-ils librement et totalement au lieu? Comptent-ils parmi les plus évocateurs de ses densité et feuilleté spatiotemporels, de ses complexités et dynamiques socioculturelles? Sont-ils, par conséquent, en harmonie avec l'esprit du lieu, au diapason de son sens, au service de ses habitants? C'est ce que nous chercherons ici à déterminer en interrogeant les pratiques picturales officielles d'appropriation et de signification des paysages exhaussés comme hauts-lieux à Beaune. Plus spécialement intéressé par la représentativité et la nature des paysages ainsi « consacrés », nous allons essayer de discerner, à la manière d'Augé (1992), de quelle façon ceux-ci sont judiciables d'une politique d'aménagement et d'une logique de développement. Ce faisant, nous chercherons à identifier leurs lacunes et incohérences pour ensuite proposer un mode de sélection, un entendement et un usage davantage favorables à une affirmation véritable et à une promotion durable.

Cela dit, l'ambition de cet article reste modeste. Il ne se veut pas tant le prolongement que l'expérimentation d'une précédente réflexion plus largement théorique et conceptuelle sur le haut-lieu (Bédard, 2002a et Bédard, 2002b) où ont été dégagés une typologie de ce géosymbole et quelques éléments de ses rôles et fonctions. Nous n'avons en effet ici d'autre objectif que de voir, dans la pratique aménagiste de Beaune, comment et pourquoi certains paysages, lorsqu'ils sont ainsi « élevés » au rang de haut-lieu, participent ou non d'une affirmation identitaire et d'une gestion socio-spatiale.

Poursuivant sur la lancée de nos premières réflexions, cet article investiguera par l'image les contradictions que soulève l'usage de ses paysages qui est fait par les édiles et élites de Beaune, d'un côté, et par sa population-habitante, de l'autre, population apparemment exclue aussi bien de la mise en image initiale que de la sélection inhérente à son homologation officielle. Or, cette dichotomie et cette exclusion pourraient-elles être résorbées par la réappropriation, par ses habitants, du milieu et de ses images? Cette réappropriation paysagère serait possible, cherchons-nous à démontrer, moyennant une redistribution des pouvoirs entre habitants et institutions.

L'ÉTAT DES LIEUX – CE QUI EST

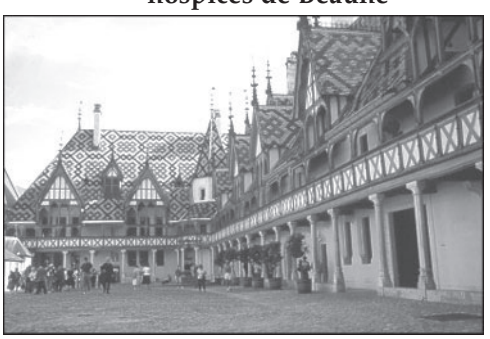
Des quelque 1000 images analysées pour le présent exercice, on constate d'abord que toutes proviennent de sources officielles telles la Mairie, l'Office du Tourisme ou divers autres organismes de promotion ou de sauvegarde affiliés aux instances municipales. Bien que les sources privées aient recours aux images, ces dernières n'en sont pas moins absentes des sources consultées. Elles proviennent des affiches et annonces d'événement et mettent en valeur laville de Beaune. Le thème privilégié de la communication est celui d'une annonce événementielle qui emprunte à divers hauts-lieux pour bien situer l'événement, si ce n'est pour en annoncer l'atmosphère. Beaucoup moins nombreux sont les pictogrammes employés aux seules fins identitaires, et encore sont-ils pour la plupart regroupés dans les plaquettes, revues et médiums électroniques. Comme si l'affiche, compte tenu de sa plus courte durée de vie, ne s'y prêtait pas.

Qui plus est, et alors qu'on peut aujourd'hui recourir à des photos d'archives, à des esquisses historiques ou à des images de synthèse présentant une réalité virtuelle ou composite, Beaune, dans tous les cas répertoriés, renvoie à des lieux contemporains et à des paysages réels, discernables par nos sens. Et encore, à des images qui représentent avant tout des typicités à caractère local ou municipal. Très rares sont les paysages qui se rapportent aux plus petites échelles départementale, régionale et nationale. Autre phénomène notable, tous les paysages retenus réfèrent abondamment à des *topoï*[2] immuables, alors que les mêmes lieux auxquels renvoie l'image sont les hôtes d'activités récurrentes dans le temps (par exemple, la vente aux enchères de vins des Hospices de Beaune).

On peut encore observer, en ce qui concerne le mode descriptif des images que Beaune met en scène, que la capitale du bourgogne use presque exclusivement d'une représentation à l'identique par le truchement d'images-plans se rapportant à un lieu unique. Serait-ce que cette distanciation minimale n'a pas pu ou voulu s'affranchir des contraintes de la fidélité figurative? Chose certaine, les images retenues demeurent peu ou pas distantes de la réalité dépeinte, comme en témoigne leur adéquation dans le temps et dans l'espace. C'est un peu comme si les administrateurs et promoteurs de Beaune s'étaient entendus pour dire que leurs objectifs de promotion et d'affirmation seront aussi réalisables et effectifs que les signes sur lesquels ces images s'appuieront seront « tangibles, évidents, issus du réel » (Leydet, 1995 : 126). Serait-ce, comme le soutient ce même Leydet, que plus la représentation proposée colle à la réalité, fût-elle ou non l'objet de quelques artifices formels, plus le message identitaire s'impose vivement, plus l'apport référentiel s'affirme?

Avant de répondre à ces questions, nous constatons également que la mise en image de Beaune s'appuie à peu près exclusivement sur la cour d'honneur de l'Hôtel-Dieu des Hospices (figure 2), cour présentée sous divers angles et éclairages selon les prises de vue, et renvoyant au mieux à la salle des pôvres (figure 3)

Figure 2 Cour d'honneur des hospices de Beaune



Source : Axe L Presse

Figure 3 Chambre des pôvres

Source : Axe L Presse

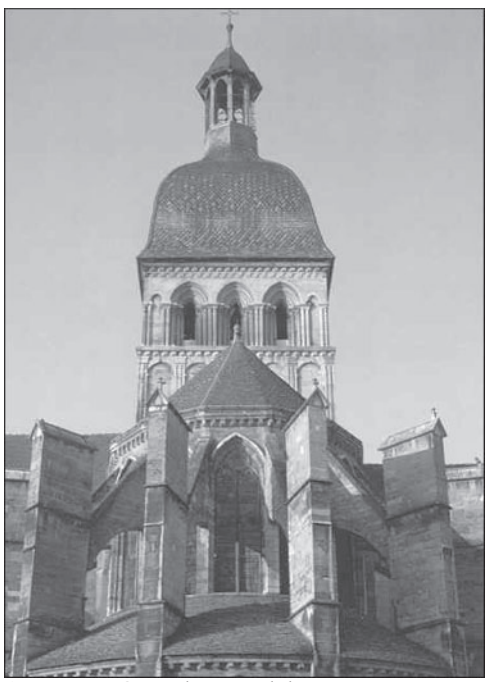
ou au retable de Roger Van der Weyden destinés à en étoffer l'attrait. Les quelques rares autres hauts-lieux invoqués gravitent tous à proximité de ce nœud gordien et proposent un même patrimoine architecturo-historique, si ce n'est une même idée, une même image de la ville. D'autres hauts-

lieux comme la Collégiale Notre-Dame, avec son portail et ses tapisseries, ou l'ancien hôtel des Ducs de Bourgogne qui abrite aujourd'hui le Musée du Vin (figure 4) ne semblent pas avoir été choisis pour mieux représenter la tessiture du lieu et ses différentes composantes, mais bien plutôt pour décliner une même typicité, apparemment jugée seule essentielle et apte à atteindre les objectifs promotionnels souhaités. À la toute-puissance de l'Hôtel-Dieu correspond donc celle, à peine plus mitigée et moins impérative, des quelques bâtiments et places attenants qui, du même venant, ne constituent rien de moins qu'un oligopole « toposymbolique ».

Figure 4 Musée du vin

Source : Conseil régional de Bourgogne

Figure 5 Abside de la Collégiale Notre-Dame



Source : Conseil régional de Bourgogne

Un dernier phénomène notable est la hauteur du regard porté et du point de vue conséquemment proposé. La presque totalité de notre corpus se caractérise en effet par des prises de vue en contre-plongée, c'est-à-dire par un regard ascendant portant dans la majorité des cas sur les toitures, tours et flèches qui animent et ponctuent l'horizon de Beaune, voire, de façon plus spécifique, sur les arcatures, chapiteaux, portails, tympans et autres traits de relief qui les particularisent (figure 5). Or, qu'en est-il, par exemple, des murs et des fondations sur lesquels ces lignes de faîte reposent? Ne sont-ils pas également porteurs d'un sens comme d'une esthétique peut-être moins flamboyants, mais pas moins significatifs? Faut-il n'y en avoir que pour le cours supérieur du regard? Et, ce regard, compte tenu de sa hauteur – en termes d'altitude ou d'attitude –, est-il regard des yeux ou du cœur?

Il y a, à notre avis, sélection non seulement *des images*, mais *encore du regard* porté sur les paysages retenus à titre de hauts-lieux. Les gestionnaires de Beaune nous semblent en effet avoir choisi avec soin *le profil* le plus flatteur, le plus approprié à ce qu'ils croient que leur ville est ou devrait être. Ces verbes – croire et être – et cet adjectif possessif – leur – sont-ils ici synonymes de bien-être pour tous ou de pouvoir et de succès pour quelques-uns? Dans un même ordre d'idées, pourquoi

les images projetées, et donc les paysages ainsi mis en scène, sont-elles aussi froides et calculées? Pourquoi ont-elles si peu à voir, par exemple, avec l'art du bien-être et du bien-vivre qu'on associe d'emblée à la Bourgogne? Comment expliquer l'impression de noblesse triste, affectée et poussiéreuse, qui se dégage de l'ensemble?

Cela dit, et toujours à partir des images recensées, Beaune existe-t-elle toujours comme *cité*, c'est-à-dire comme milieu de vie aux paysages signifiés et dynamiques? Est-elle encore un haut-lieu vivant pour la Bourgogne, mais surtout pour sa propre population? Une structure référentielle foncière pour celle-ci comme pour l'ensemble des Bourguignons? Ces sélections et représentations permettent-elles, somme toute, le bannissement de l'accessoire et l'exhaussement de l'essentiel (Bureau, 1997)? Pour le savoir, abordons maintenant l'idéologie territoriale afférente à ces sélections paysagères et à leurs mises en images.

CE QUI N'EST PAS

Ce qui d'entrée de jeu pose problème avec cette iconosphère homologuée, c'est que les paysages choisis et dépeints représentent trop peu et trop mal Beaune. Nous sommes ici confrontés à des limites d'usage et de représentativité imputables aux incohérences de l'idéologie territoriale sous-jacente à ces choix. En attestent le mode de sélection paysagère qu'emploie Beaune, le nombre de paysages auxquels elle renvoie, le type de hauts-lieux auxquels elle en appelle ou la lecture qui en est faite et la mise en scène dont ils sont ensuite l'objet.

Incapable d'assurer une juste et authentique représentation de ce qu'est Beaune, nous tenterons ici de montrer, avant d'explorer plus avant les incohérences proprement dites de son idéologie territoriale, que cette sélection paysagère nous apparaît avant tout intéressée à spatialiser cette ville. C'est-à-dire à lui conférer une chair en vertu d'images fortes qui lui permettent tout au plus de se situer et de se faire valoir.

UNE SÉLECTION ÉTRIQUÉE ET ÉLITISTE

De façon plus détaillée, nous constatons tout d'abord que Beaune use d'un mode de sélection élitiste. Étriqué même, car cette ville s'est dotée d'un corpus d'illustrations qui renvoient uniment au plus évident, au plus spectaculaire, soit au plus attendu et recherché – croit-elle – par l'Autre, cible privilégiée de cette promotion. Ce fait explique que n'ont été retenus qu'un nombre très restreint de paysages, et encore qu'un seul type de hauts-lieux, qualifié de lieux hauts, lieux parlants ou lieux de fierté (tableau 1)[3]. Il n'y en a ainsi, à toutes fins utiles que pour l'Hôtel-Dieu des Hospices.

Ce haut-lieu, à n'en pas douter, est ici traité comme un *lieu de mémoire*, un lieu exempt néanmoins de toute ouverture sur le conditionnel ou sur un avenir autre que celui que lui prescrit ce à quoi il renvoie. Ce lieu de mémoire, largement tronqué, emprunte au *lieu exemplaire* et surtout au *lieu haut* en ceci qu'il fut et est façonné de telle sorte que, héros de son cadre bâti puisque reconnaissable entre tous, on lui prête, et à lui seul, la symbolique la plus éclatante et la charge de signifiance la plus évocatrice. Il s'agit là d'un rôle d'élection qu'on lui a dévolu dès sa conception

Tableau 1 Attributs et fonctions du haut-lieu et de quelques-unes de ses variantes

	lieu de mémoire	**lieu exemplaire**	**lieu du coeur**	**lieu parlant**	**lieu dormant**	**lieu haut ou haut lieu**	**lieu bas ou bas lieu**	***haut-lieu***
Horizon temporel	présent étendu articulé autour de la reconduction de ce qui a été vers ce qui est	présent étendu articulé autour de l'advenir de ce qui est vers ce qui pourrait être ou aurait pu être	présent étendu suspendu et parallèle articulé autour d'un idéal à retrouver, de ce qui a peut-être été ou sera peut-être	présent étendu articulé autour de la reconduction de ce qui est ou a été d'évidence	présent étendu plus distant de ce qui est, proche du conditionnel, articulé autour de ce qui peut être, pourrait être ou de ce qui a peut-être été	présent étendu articulé autour de la seule reconduction de ce qui a dignement été et peut toujours être source de grandeur	présent étendu articulé autour de la reconduction de ce qui a été vers ce qui est	*présent étendu imbriquant également tous les passé, présent, futur, conditionnel et subjonctif*
Type d'exhaussement	lieu érigé au hasard de l'Histoire	lieu élu et produit comme tel	lieu érigé ou élu	lieu érigé ou élu, car emblème du symbolique le plus éclatant	lieu érigé lointain ou sans voix, ou lieu élu moins notoire ou oublié	lieu érigé par la « grande » Histoire ou élu par le pouvoir	lieu érigé par la « petite » Histoire	*lieu érigé ou élu*
Ampleur de l'exhaussement	faible à moyenne	moyenne	moyenne à assez forte	très faible, voire inexistante	nulle	très forte et tout en artifices politico-économiques	nulle	*faible à très forte, selon le cas, mais « naturelle »*
Vocation du lieu	lieu de fierté	lieu de fierté	lieu d'identité	lieu de fierté	lieu de fierté ou d'identité	lieu de fierté	lieu de socialisation ou d'identité	*lieu de fierté, de socialisation et d'identité*
Type de lieu	lieu exceptionnel	lieu exceptionnel	lieu exceptionnel ou humble	lieu exceptionnel	lieu humble	lieu noble et exceptionnel	lieu humble	*lieu exceptionnel ou humble*
Matérialité du lieu	lieu réel	lieu réel	lieu réel ou virtuel	lieu réel	lieu réel ou virtuel	lieu réel	lieu réel	*lieu réel ou virtuel*
Usage et fréquentation du lieu	lieu fréquenté, accessibilité conditionnée par sa dimension historiographique et normative	lieu peu fréquenté car peu reconnu nombre restreint, reconnaissance pas unanime	lieu peu fréquenté, culte limitant son accès à une pratique exceptionnelle	lieu connu recevable et assidûment fréquenté	lieu peu connu et fréquenté, si ce n'est par défaut pour les non-initiés	lieu très connu, éminemment recevable, fréquenté avec éclat, surtout par l'élite	lieu peu connu, humblement fréquenté au quotidien par la population en général	*lieu généralement reconnu, fréquentation aléatoire et ouverte à tous*
Type de fonction symbolique	fonction mnémonique sociale	fonction mnémonique et utopique	fonction mnémonique mythique	fonction historique plus que mnémonique, fonction symbolique hautement normative	fonction symbolique nébuleuse, proche du mythe ou de l'utopie	fonction historique pour conforter et reconduire la norme arrêtée	aucune fonction symbolique arrêtée	*fonction mnémonique et heuristique ré-active la mémoire vive, la terrtitorialité aigüe et la convivialité prégnante du lieu*
Type de parenté/relation *vs* haut-lieu	variation ambitions moins nombreuses, plus orientées, pas aussi polysémiques et protéiformes	variation ambitions moins nombreuses, plus orientées, pas aussi polysémiques et protéiformes	variation ambitions moins nombreuses, plus orientées, pas aussi polysémiques et protéiformes	variation partiale ambitions tronquées en vertu d'une théâtralisation excessive et de choix obtus	variation partielle ambitions moins nombreuses et plus diffuses	aucune parenté, participe d'une distinction statutaire étrangère au haut-lieu	aucune parenté, participe d'une distinction statutaire étrangère au haut-lieu	

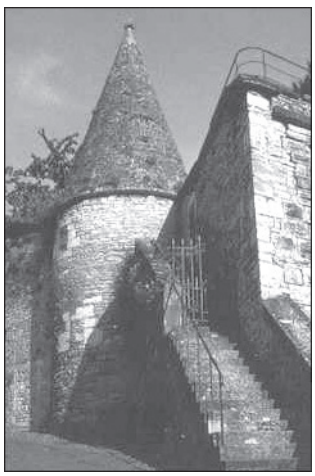
et qu'on a depuis pris soin d'affiner afin de toujours n'offrir, par son truchement, que des impressions du plus bel effet. Tant qu'à chercher à se faire voir, mieux, à se faire valoir, semblent se dire les dirigeants de Beaune, aussi bien que ce soit parés de nos plus beaux atours. Participant exclusivement de la grande Histoire de cette ville, ce paysage, héraut, a donc pour fonction principale de conforter la norme arrêtée, c'est-à-dire de ne mettre en exergue que les aspects les plus grandioses, nobles et recevables de ce que Beaune a été et est d'évidence, ou espère toujours être. Comme si on n'avait retenu et mis en scène que les traits les plus représentatifs d'une rectitude économique, esthétique, politique et sociale soigneusement apprêtée.

Bien sûr, une certaine forme de sélection est inéluctable et les paysages les plus caractéristiques ou perçus comme tels, en fonction d'une longue pratique, apparaissent inévitablement plus souvent que d'autres. Certes, l'Hôtel-Dieu des Hospices de Beaune, comme le Palais des Ducs à Dijon, par exemple, modulent au premier chef le sens de ces villes comme le sentiment d'appartenance de ceux qui les habitent. Comment pourrait-il en être autrement alors qu'ils agissent tous les deux comme les phares de leurs destinées respectives depuis des siècles? Vestiges du passé tributaires d'une grandeur et d'un sens que seule l'Histoire a pu leur conférer, ils sont indissociablement liés, respectivement, à Beaune et à Dijon. Aussi pourrait-on interpréter le choix de l'iconosphère beaunoise comme inhérente à une stratégie de promotion habile qui cherche ainsi à associer à cette ville une image suffisamment évocatrice et porteuse pour qu'elle incite l'Autre à y venir – ce qu'elle réussit fort bien si l'on en juge par les indices de fréquentation touristique –, ou pour le convaincre qu'il serait inimaginable qu'on lui porte atteinte.

Or, pour indispensable que soit ce haut-lieu, son importance et son accessibilité ne doivent pas faire ombrage aux autres éléments de ses cadres bâti et naturel. Dépositaire, avec d'autres, de ce qui est signifiant, l'Hôtel-Dieu ne peut seul alimenter l'acte de promotion et, à plus forte raison, la fibre identitaire de Beaune. Aussi signifié soit-il, il n'évoque ni ne constitue la quintessence de cette ville. Et c'est là tout le danger qui guette semblable haut-lieu, tellement haut ou exhaussé – selon l'ampleur de l'artifice de la mise en scène, voire de l'intention – et porté au pinacle qu'on ne voit plus que lui. Paris ne se résume pas à la tour Eiffel, au Louvres ou à Notre-Dame. Le souffle de cette ville, comme *cité*, origine de l'ensemble des hauts-lieux, grands et petits, spectaculaires ou discrets, constitutifs de sa tessiture. Beaune ne fait pas exception. Si l'Hôtel-Dieu des Hospices peut et doit même dominer son iconosphère tant il participe activement et fondamentalement de son ancrage géosymbolique, il n'a pas à être le seul utilisé, sous peine de sous-représentation, voire de fausse représentation. Compte tenu qu'« on ne voit tout de suite que ce qu'on reconnaît » (Lenclud, 1995 : 8), ce bâtiment n'est que ce qui brille le plus, que ce qui se remarque le plus aisément. Le danger de pareille réification est que cette mise en image demeure, à plus d'un égard, d'une représentativité si pointue qu'on peut certes s'y identifier, mais comme on peut s'identifier à ses héros.

Ce qui n'est pas rien, sauf que… le musée des Beaux-Arts, le beffroi de Monge, l'hôtel de la Rochepot, l'église Saint-Nicolas, les vieilles demeures de la rue de Lorraine, les bains-douches du théâtre de verdure ou même ses remparts et bastions, sont-ils moins caractéristiques de Beaune, moins significatifs pour les Beaunois (figures 6, 7 et 8)? Et qu'en est-il de ces autres petits détails qui n'ont peut-être pas

Figure 6 Remparts de Beaune



Source : Axe. L Presse

Figure 7 Bains-douches du théâtre de verdure

Source : Axe. L Presse

fait l'histoire, mais qui l'ont investie (Larrère, 1995)? Des ornementations architecturales qui rehaussent les portes, porches et façades d'hôtels particuliers moins célèbres, voire de simples résidences? Des arrières-cours, rues et places

Figure 8 Place Monge et son beffroi

Source : Conseil régional de Bourgogne

Figure 9 Rue du Château

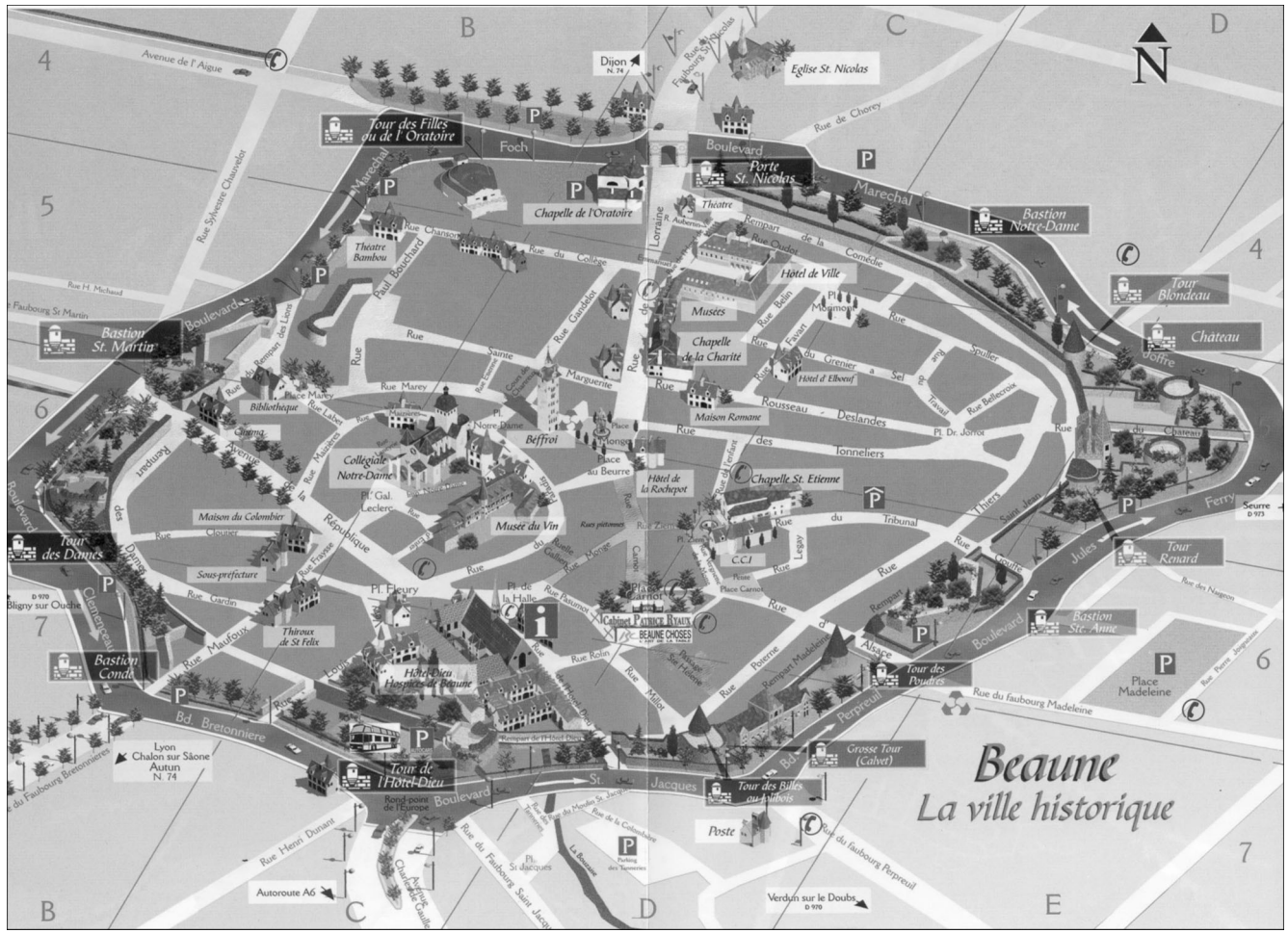
Source : Conseil régional de Bourgogne

moins courues ou plus difficiles d'accès (figure 9)? Voire, des vénelles de plus basse extraction qui restent si peu connues? Qu'en est-il encore de l'atmosphère de ces lieux, de leur lumière, de leurs odeurs? Des traits identitaires plus populaires ou contemporains situés par-delà le cœur historique de son *intra-muros*? Des paysages *extra-urbis* qui, par exemple, s'ouvrent sur la côte viticole (figure 10)?

Une chose apparaît certaine : sortes d'argument d'autorité, les images retenues desservent d'une certaine façon le lieu qu'elles devraient servir. Trop peu représentatives de l'ensemble et du foncier, elles contribuent en quelque sorte, et nous rejoignons en cela La Soudière (1991), à le gauchir, voire à le disqualifier. On ne se heurte plus, en effet, par leur truchement, à la réalité concrète et touffue du lieu, mais seulement aux signes que leurs dirigeants veulent bien en donner (Raffestin, 1995), c'est-à-dire à la réminescence d'une réminescence, à l'affect d'un affect (Leydet, 1995). Ces images prêtent trop peu ou trop mal la parole à ce qui ne gravite pas à la « hauteur » des hauts-lieux retenus, voire à ce que chacun vit dans son quotidien. Comme si, par l'entremise de ces images et paysages, les dirigeants de Beaune avaient voulu procéder à une réinterprétation de l'habitat et à une réécriture de l'habiter de cette ville; à une requalification de son sens et du sentiment d'appartenance de ses habitants. Par ces images, Beaune se donne finalement à voir comme paysage et non à reconnaître comme milieu de vie (Amphoux, 1992). Privilégiant la visibilité au détriment de la compréhension paysagère, le pittoresque aux dépens de la continuité patrimoniale (Vincent, 1997), ces sélections et mises en scène se révèlent conformes à un discours qui cherche à planifier le rapport au lieu de ses habitants comme de ses visiteurs (Corajoud, 1990); d'une idéologie territoriale qui dicte un modèle paysager qui, se superposant aux visions locales, introduit une confusion et entraîne un clivage entre le lieu, tel qu'il est, et la représentation qui en est officiellement faite (Luginbühl, 1995).

Faute de mieux comprendre et représenter leur lieu, les dirigeants de cette ville, alors même qu'ils ont pour charge de faire valoir l'ensemble de ses traits constituants, ne sont-ils pas peu à peu en train de se constituer étrangers à leur lieu (Augé, 1994)? De construire, ici par l'image, une ville étrangère à ses habitants? Un milieu idyllique distant de toute connaissance intime de l'histoire sociale singulière de Beaune (Coanous, 1995)? Autrement dit, ces images incitent-elles les résidants de Beaune à s'y reconnaître et à s'y sentir bien, chez soi? Incitent-elles de plus ceux qui le désireraient à y demeurer? Ces images sont-elles stéréotypées et bidimensionnelles, au diapason d'un discours officiel réducteur, ou authentiques et tridimensionnelles, fenêtres – aussi petites et distorsionnées soient-elles – sur l'Être de ce territoire et la territorialité de ce lieu?

Figure 10 Carte de Beaune



Source : Office du Tourisme de Bourgogne

UNE IDÉOLOGIE TERRITORIALE INCOHÉRENTE

Sans faire ici de grand procès d'intention, trois causes pourraient expliquer ces limites de représentativité et d'usage : soit les décideurs éludent par calcul; soit ils méconnaissent par ignorance ou incompréhension; soit ils taisent par pudeur ou souci de préserver le quant-à-soi de ce lieu.

Quelle que soit la raison, nous sommes mal placé pour trancher. Nous pouvons néanmoins poser le débat et avancer que, dans l'une ou l'autre de ces éventualités, les limites de cette iconosphère homologuée sont redevables d'une lecture et d'une compréhension déficientes. Cette double déficience est imputable à l'idéologie territoriale qui guide les gestes – tel que celui de la mise en image des paysages de ce lieu –, discours et politiques d'aménagement qui ont cours à Beaune. Une idéologie territoriale à tout le moins incohérente puisqu'elle est si intéressée par le seul acte de promotion que, en l'absence d'une affirmation identitaire plus sentie, elle amène les dirigeants, promoteurs et administrateurs de Beaune à négliger ou à sous-estimer : les actuelles quête d'identité ou détresse référentielle, l'importance et le rôle du tourisme, le pouvoir et les exigences de l'image et les vertus heuristiques et relationnelles du paysage.

Autant d'erreurs d'appréciation du lieu comme habitat et de choix malencontreux quant à son habiter qui, ultimement, minent le sens de ce lieu et contribuent au mal-être de ses habitants.

Quelques erreurs possibles d'appréciation

De façon plus détaillée, c'est sans doute la présomption selon laquelle les Beaunois, assimilés aux étrangers à qui s'adressent cette scénographie, sauraient identitairement tirer profit de pareille opération de mise en valeur, qui pose plus spécialement problème. En effet, les paysages et images choisis proposent peu de choses du territoire beaunois et du mode de vie de sa population, donc de la territorialité de ce lieu. Et comment pourrait-il en être autrement alors que ces sélections se révèlent au diapason de discours et de politiques à brèves échéances desquels ces mêmes administrateurs, dirigeants et promoteurs tirent l'essentiel de leur pouvoir?

Éminemment intéressée, cette mise en valeur n'apparaît pas vraiment effectuée pour répondre aux éventuelles inquiétudes ou besoins de recentrement de sa population habitante. Elle semble plutôt entreprise pour repositionner cette ville au sein du monde nouveau qui se dessine et, plus particulièrement, au sein de l'économie florissante du tourisme, dont les dirigeants de Beaune semblent mal comprendre l'importance et le rôle. Pourtant soucieux de profiter de cette manne, c'est de bonne grâce que ces mêmes dirigeants semblent se prêter aux impératifs du tourisme. Ne les laissent-ils pas guider leur sélection de paysages, leur mise en images et, par là même, l'aménagement de leur ville? Ignorants ou peu soucieux des effets subversifs que pourrait entraîner semblable délégation, n'ont-ils pas, ni plus ni moins, invité l'Autre, compte tenu de son poids économique et de son omniprésence, à imposer sa vision du territoire, ses désirs et même ses besoins, notamment en termes d'infrastructures?[4]

Chose certaine, Beaune s'est dotée d'une iconosphère et d'une scénographie qui importent moins par leur contenu que par ce qu'elles donnent à voir et à consommer (Balandier, 1994). Et elles n'évoquent pas autre chose du lieu que ce qui, eu égard aux lois du genre et à son formalisme communicationnel (Cueco, 1995; Lussault, 1997), alimente la curiosité et les rêves des gens de passage. Une curiosité et des rêves qui, diligemment régulés par les agences de voyage, les compagnies de transports, les chaînes hôtelières et l'industrie du divertissement, se contentent, plus souvent qu'autrement, de dépaysements de surface. Convaincus de connaître et de répondre aux désirs de cette clientèle, ces divers intervenants, et les villes qui leur font écho, ne lui offrent pas tant du foncièrement autre, du véritablement indigène, que du pas-encore-connu éminemment accessible et digestible[5]. En leur dévoilant si peu, et au moindre coût, du lieu convoité, pour en retirer le plus possible, il ne s'agit alors plus tant de tourisme que de *façadisme*.

Certes, l'essor du tourisme a permis d'améliorer la protection et la mise en valeur de centaines de lieux qui, depuis, se concurrencent. Et certes la logistique touristique suppose une mise en scène du lieu pour le rendre plus lisible, plus attrayant. Une telle exigence entraîne inévitablement une distanciation vis-à-vis du présent ou de l'usage commun, le touriste se contentant usuellement d'une consommation esthétique du lieu auquel il prête une fonction purement idéelle. Il reste que cette théâtralisation n'exige pas qu'il y ait dépréciation de l'essentiel par inflation du plus pittoresque et par omission du moins spectaculaire (Balandier, 1994), soit une césure accentuant le déficit symbolique du lieu et contribuant, *de facto*, à une perte de sens pour ses habitants.

Or, le processus de territorialisation-déterritorialisation-reterritorialisation (Raffestin, 1995) auquel se prêtent les dirigeants de Beaune n'est pas régulé de l'intérieur, mais de l'extérieur, par ceux à qui ils cherchent à plaire. C'est pourquoi on en arrive à proposer des paysages « avec tout au mieux une caricature de présence […] le touriste […] prenant le faux pour le vrai, […] confondant la réalité et le réel » (Paquot, 1997 : 15). Attendu qu'il s'agit là de l'un des effets déstructurants et subversifs de pareilles iconosphère et scénographie exo-régulées, nous sommes en présence d'une autre représentation obtuse et élitiste qui, ultimement, peut se substituer au lieu.

Sans tomber dans le nostalgique ou le passéisme réactionnaire, on peut se demander si les habitants de Beaune se reconnaissent toujours dans le lieu où ils vivent. Celui-ci, et nous parlons ici plus spécifiquement de son *intra-muros*, n'est-il pas remodelé, tant dans l'esprit que dans la lettre, pour plaire à ceux qui pourraient y venir, et non pas pour ceux qui y deviennent? Mentionnons, à titre d'exemple, le chromatisme des couleurs de la voûte de la salle des pôvres de l'Hôtel-Dieu, qui ne fut jamais comme aujourd'hui offert aux visiteurs; ou encore le fait que les Beaunois, incapables de subvenir à leurs besoins à même les produits offerts en leur ville par des boutiques proposant surtout des biens et services susceptibles de séduire les touristes, vont faire leurs emplettes à Châlon ou à Dijon. Il s'ensuit un clivage entre la population locale, de plus en plus consciente que la nouvelle valeur qui a été associée à son lieu ne fait pas partie de celles qui lui sont originelles (Cases et Potier, 1996), et leurs administrateurs, dirigeants et promoteurs, responsables de cette nouvelle signification paysagère et des aménagements que

cela a nécessité. Ce clivage est beaucoup plus dérangeant que l'usuel décalage qu'il doit y avoir – il en va de nos différences – entre la population habitante et la population extérieure pour qui cette valeur participe plus naturellement de ses aspirations. Acteur et témoin d'une reconfiguration beaucoup plus fondamentale qu'il n'y paraît, il s'avère tout particulièrement problématique en ceci que, pendant que les Beaunois s'identifient au lieu local et concret, leurs dirigeants et ceux qui fréquentent cette ville semblent s'identifier, en vertu d'une relation plus globale et abstraite, à l'espace. Un lieu source d'identité pour les premiers, puis respectivement source de pouvoir et d'émerveillement pour les autres. Un milieu de vie *versus* un territoire sublimé; des racines *versus* des clichés.

Que ce soit en vertu d'erreurs d'appréciation du lieu comme habitat ou de choix malencontreux quant à son habiter, cette iconosphère officielle, somme toute, relève de pratiques d'appropriation et de promotion ayant peu à voir avec le quotidien des Beaunois. Incapables d'animer véritablement la *cité* qu'elles devraient symboliser et qu'elles situent tout au plus comme ville, elles n'aident pas ses habitants ou ses visiteurs à comprendre l'organisation et la logique du lieu ni à les investir (Bailly, 1995). Participant d'un projet de maîtrise du lieu et de sa destinée, ces pratiques posent de sérieux problèmes d'aménagement et de production d'images, au point où on peut se demander si Beaune n'existe pas sans exister.

CE QUI DEVRAIT ÊTRE

Cela étant, quelles pratiques paysagères pourraient contrer ce grèvement symbolique? N'y a-t-il pas moyen pour Beaune d'être active au sein du nouvel échiquier géostratégique mondial et attirante sur le marché touristique sans y sacrifier sa nature? Si pareille ouverture à l'Autre est irrémédiable compte tenu de la destinée que Beaune s'est tracée, ne nécessite-t-elle pas, de concert avec le repositionnement qu'elle occasionne, une redéfinition de soi? À tout le moins une réaffirmation de ses paysages singuliers qui assure la pérennité du lieu ainsi réinvesti? Quelles politiques d'aménagement, de développement ou de présentation, donnant à voir, à comprendre et à vivre le tryptique habitat-habiter-habitant foncièrement beaunois, pourraient donc inciter ses habitants à mieux être, à mieux y être, à mieux en être? Sans nul doute des pratiques paysagères et des politiques territoriales favorables à une promotion durable, parce qu'indissociables d'une affirmation identitaire plus équilibrée et sereine. Une telle promotion durable serait envisageable, tenterons-nous d'illustrer, si et seulement si elle s'accompagnait d'une réappropriation du milieu et de ses images ouverte à tous et d'une redistribution des pouvoirs favorable à la mise en place d'un mode conjoint de gestion et de production d'images. Soit autant de conditions à une affirmation identitaire au diapason de tout ce qui fait et le lieu, et la territorialité de Beaune.

Promotion, affirmation et réappropriation seraient possibles, selon nous, grâce à une lecture plus humble, plus aiguisée et plus intéressée, à une sélection plus diversifiée et à un usage plus globalisant et transparent de ses hauts-lieux. Des lectures, sélections et usages autres qui permettraient à tous d'être entendus et fréquentés comme les géosymboles paradigmatiques qu'ils sont, c'est-à-dire comme des marqueurs référentiels harmonieusement et organiquement articulés au sein

d'un ensemble cohérent de paysages qui concourt à faire accepter et advenir le lieu dans tout ce qui le signifie et dans tout ce qu'il signifie.

Alors qu'ils ancrent le lieu, déclinent son essence et tissent le lien social, les hauts-lieux de Beaune relèvent de la responsabilité de ceux qui « font » ces lieux, soit de ceux qui les habitent et de ceux qui, en position de pouvoir, usent de ces précipités territorialisants pour gérer leur habiter, façonner leur habitat et présider à leur destinée. Que ce soit à titre d'électeurs ou d'élus, de consommateurs ou d'entrepreneurs, nul ne peut échapper à cette obligation tour à tour identitaire et promotionnelle car, en fin de compte, pour paraphraser Wunenburger (1996), les rapports que nous entretenons avec notre lieu par l'entremise de nos paysages et hauts-lieux mettent en jeu tout aussi bien notre être que l'image que nous voulons donner de nous-mêmes et de notre lieu.

DES PRATIQUES TERRITORIALES AU DIAPASON D'UNE PROMOTION DURABLE ET D'UNE AFFIRMATION IDENTITAIRE

Un élu, un administrateur ou un promoteur est libre de faire ce qu'il veut. Mais il faut une connaissance fine du lieu, plus précisément de ses paysages et habitants, pour mettre en place des pratiques territoriales significatives et recevables. De fait, la clé du succès d'une gestion efficace, si ce n'est d'un aménagement, d'un développement ou d'une promotion durables, c'est de prendre en compte à tout instant la narrativité constitutive du lieu. Autrement dit, de concourir, de façon plus ou moins manifeste, à l'affirmation de sa différence en préconisant des pratiques paysagères qui respectent son sens profond et ses particularités les plus essentielles. C'est pourquoi il faut impérativement que ceux qui participent à l'une ou l'autre des pratiques territoriales officielles fassent preuve de foi et de fierté vis-à-vis de ce qui distingue fondamentalement le lieu dont ils ont la responsabilité. Il faut de plus que tous, des élus aux habitants, se sentent éminemment concernés par ces mêmes pratiques, car tous en sont les agents et les témoins.

Somme toute, et afin qu'elle soit au service du lieu, toute pratique territoriale devrait être encadrée par une logique paysagère *horzoïque* qui, en harmonie avec l'esprit du lieu et ses forces sourdes sur le temps long, lierait les intérêts, les perceptions et les valeurs des uns et des autres (Berdoulay, 1995). Plus encore, toute pratique territoriale doit être encadrée par une éthique *géosymbolique* qui, régulant l'emploi et la représentativité des hauts-lieux, participe explicitement d'une œuvre de re-connaissance et de re-création paysagères du lieu comme milieu de vie et de sens.

De la nécessité d'une logique paysagère horzoïque…

Toute promotion touristique soucieuse de rencontrer ses objectifs de visibilité et d'en maximiser son potentiel d'attraction (Leydet, 1995) devrait être assujettie à une logique paysagère *horzoïque* pour laquelle « l'authenticité est irremplaçable et essentielle non seulement au développement du tourisme […] mais surtout à l'épanouissement [des valeurs humaines] des résidents eux-mêmes » (Viau, 1992 : 118). En effet, c'est seulement si résidants, élus, promoteurs et touristes y trouvent tous un profit davantage transcendant que purement monétaire, qu'une promotion

touristique peut s'avérer durable, efficace et représentative. Et il en est ainsi, soutenons-nous, car ce dont tout lieu a besoin à ce chapitre, c'est d'une entreprise promotionnelle et d'une politique de l'image qui participent également d'un faire-voir et d'un faire-savoir. C'est-à-dire d'une présentation où compréhension paysagère et continuité patrimoniale importent autant, sinon plus, que les divers objectifs mercantiles de cette mise en marché, et d'une figuration qui s'évertue à introduire à l'intime du lieu et de sa culture pour rendre plus transparent et accessible son vécu social. Des mises en scène et production d'images horzoïques seraient nécessaires afin que les habitants de ce même lieu s'y reconnaissent, y participent et en bénéficient directement; afin que ses visiteurs en retirent autre chose que de l'exotisme de pacotille; et surtout, afin que le lieu lui-même retrouve la mesure, l'échelle et la mouvance de sa tessiture spatio-temporelle et de sa complexion socioculturelle.

« Le tourisme […] exige de la collectivité ou de la société qu'il se présente aux autres, aux étrangers. [Et comme il] est déjà difficile de définir pour nous-mêmes ce que nous sommes, […], la quête collective d'identité pourrait être aidée par le développement touristique » (Laplante, 1992 : 59). Ce respect, on ne l'obtient que si cet Autre sent qu'il est bel et bien en présence du Même dans sa plus pure expression.

… à celle d'une éthique géosymbolique

En outre, toute pratique territoriale responsable et cohérente doit pleinement considérer la trame géosymbolique constitutive au lieu, « car le sens n'est pas seulement ce que le sujet comprend, mais aussi ce à quoi il croit » (Wunenburger, 1995 : 23). Cette trame est plus spécialement accessible par les hauts-lieux, grands et petits, parce qu'eux seuls sollicitent, dans leur individualité foncière, le sens du lieu et le sentiment d'appartenance de ceux qui l'habitent (Bédard, 2002b). Dès lors, on comprend la nécessité pour toute administration, organisation ou promotion territoriale d'élaborer une éthique géosymbolique de laquelle pourra émerger un mode d'habiter.

En effet, c'est notamment par l'acceptation et la pratique du rôle référentiel structurant des hauts-lieux que peut se réaliser l'immersion du sujet dans l'identitaire, soit l'expression et l'articulation de cette « relation sourde et émotionnelle qui lie » (Bonnemaison, 1979, dans Tizon, 1996 : 22) les habitants à leur habitat et qui, dans le même mouvement, fonde leur habiter. Que ce soit en vertu d'une iconosphère ou d'une scénographie paysagère plus ou moins hiérarchisée, semblable pratique géosymbolique nous apparaît nécessaire parce qu'elle réintroduit le sujet comme sujet-acteur et sujet-observateur dans la manière même de sa territorialité et de sa convivialité. Parce qu'elle permet, enfin, l'identification au lieu comme source de vie et d'identité, et donc à Beaune comme *cité*.

CONCLUSION

Toute pratique territoriale durable, alors même que se fait rare l'*être-là* (Serres, 1990 et 1991), doit prendre des risques. Notamment celui de jouer à fond le jeu de la transparence pour être au diapason de tout ce qu'elle est et de tout ce qu'elle incarne. Beaune doit ainsi, par exemple, se mettre à nu et chercher à se re-créer, quitte pour cela à se représenter par ce qui est peut-être moins évident ou notoire, mais peut-être plus profond, plus proche de son âme. Cela ne veut pas dire qu'une promotion de Beaune par l'image devrait renvoyer de manière exhaustive à tout ce qui particularise cette ville bourguignonne. Elle devrait plutôt user d'images plus représentatives, où chacun puisse davantage se reconnaître, et pour cela de hauts-lieux où on va plutôt qu'on ne s'y rend (Nora, 1997c). Ce qu'il lui faut, ce n'est pas tant le renouvellement de son stock de hauts-lieux que la conscience paysagère du lieu lui-même s'appuyant sur une hiérarchisation de ses typicités foncières qui soit à la fois qualitative et quantitative, une hiérarchisation souhaitable tout aussi bien à des fins de représentation que d'identification.

Que le plus visible ou le plus connu soit davantage présent et exploité ne dérange en rien si les mises en scène et en images en lesquelles il s'inscrit servent d'abord et avant tout à l'expression totale et à l'assomption véritable du lieu, c'est-à-dire si elles ne portent pas préjudice aux autres vecteurs de signifiance de ce même lieu. C'est pourquoi toute iconosphère ou scénographie de Beaune devrait impérativement chercher à étayer le plus possible la représentativité de l'entreprise d'aménagement, de gestion ou de promotion à laquelle elle est associée. Ses iconosphère et scénographie devraient ainsi proposer une plus large sélection de hauts-lieux qui brosseraient ensemble un plus juste portrait du lieu. Aussi faut-il non seulement mettre en valeur ce qui réfléchit ou préserve, mais encore valoriser – notamment par une signalétique appropriée sans être dogmatique (Santos, 1997) – ce qui semble ir-réaliser (Dagonet, 1984) l'originalité et la finalité du lieu, de façon à ce que les Beaunois puissent davantage s'identifier à leurs paysages comme à une souche identitaire.

L'avenir de Beaune, comme entité singulière, dépend de la réappropriation de son milieu de vie et des images qui en sont données. Étape essentielle à la recomposition des identités individuelles et à la réinvention des modes d'intégration, d'unification et de reconnaissance de sa collectivité, il s'agit là d'un processus inhérent au renouvellement de sa mémoire, redevenue active dans toute sa latitude (voir l'horizon temporel du haut-lieu, tableau 1) et à la régénération de ses modes d'appropriation géosymbolique (voir la vocation symbolique du haut-lieu, tableau 1). Nulle pratique paysagère ou territoriale responsable et cohérente ne peut y échapper. C'est pourquoi il faut, en définitive, parvenir à instituer ou à cultiver le désir du lieu, puis à faire renaître le besoin d'en faire sens. Ce désir et ce besoin, nous les croyons inhérents à une logique paysagère horzoïque et à une éthique géosymbolique, elles-mêmes inhérentes à une redistribution des pouvoirs entre élus, administrateurs, promoteurs et habitants, grâce à laquelle tous ceux qui « font » ce lieu seraient plus explicitement impliqués dans les processus discursifs, figuratifs et stratégiques qui lui sont afférents.

À la différence des élites intellectuelles qui n'ont de cesse de diffuser leurs projets esthétiques selon des canons changeants ou encore des décideurs qui proposent et le modèle, et la règle et le mode d'emploi, les habitants opposent une mémoire active qui donne sens aux lieux, aux parcours, à l'événement et aux émotions tout en vidant les prescriptions de leur pouvoir inhibiteur. Les oppositions d'intérêt et de positions entre habitants et institutions ne peuvent dès lors être envisagées qu'en termes de redistribution des pouvoirs (Boumaza, 1992 : 113-114).

Une telle redistribution serait possible si le mode de sélection des paysages et hauts-lieux, de production de leurs images, puis de gestion de ceux-ci et de celles-là relevait désormais d'une démocratie participative. C'est-à-dire si, d'une part, les édiles et les élites de Beaune se dotaient d'un regard plus géographique, suffisamment panoptique et curieux (Ferrier, 1992) pour que territoire et Beaunois soient plus justement servis; et si, d'autre part, la population habitante était reconnue non seulement comme dépositaire, mais encore comme sujet de ce lieu, tour à tour vassal, matière et régisseur de Beaune.

Comme l'a fort bien souligné Bonnemaison, « on appartient à un territoire, on ne le possède pas, on le garde, on l'habite, on s'en imprègne ». C'est pourquoi le territoire « ne ressort pas simplement de la fonction de l'avoir, mais de l'être. Oublier ce principe spirituel, c'est s'exposer à perdre son territoire » (1996 : 14) et, dès lors, à ne plus faire sens, tout simplement. Aussi nous devons-nous de comprendre les actuels processus de requalification du territoire et de redéfinition du paysage pour nous assurer que l'essentiel du lieu se livre et perdure, condition *sine qua non* de l'identité et du mieux-être de ses habitants.

REMERCIEMENTS

L'auteur remercie le Conseil régional de Bourgogne et le Centre d'études interdisciplinaires sur les lettres, les arts et les traditions (CELAT) de l'Université Laval pour leur appui financier. Nous tenons également à remercier monsieur Guy Mercier, directeur du CELAT, pour son indéfectible soutien. Nous tenons enfin à souligner l'apport des évaluateurs anonymes de cet article pour leurs judicieux conseils.

NOTES

1 Le choix de cette ville s'imposait, nous semble-t-il, compte tenu :
- de sa situation géohistorique à l'intersection des limites architecturale, linguistique, juridique, agraire et autres, entre une France septentrionale et une France méridionale qui en a fait, au même titre que la Bourgogne toute entière, un territoire transitoire unique, distinct par la surimposition de ces multiples influences et par sa perméabilité ou résistance à celles-ci;
- de sa situation sur l'échiquier national comme continental, plus précisément de son décentrement à l'échelle française, trop éloignée et en même temps trop proche des centres de décision que sont Paris et Lyon (*cf.* carte de Beaune et de la Bourgogne);
- de son histoire prestigieuse où, par exemple, le duché de Bourgogne, faisant pendant au royaume de France, a gouverné, de 1364 à 1477, un puissant État qui s'échelonnait de la Bourgogne à la Hollande et même à la Frise, en passant par la Franche-Comté, l'Alsace, la Lorraine, le Luxembourg, la Picardie et la Flandre.

Forte d'une identité unique tributaire d'une ex-centricité géographique proche de l'isolement, puis d'une différence culturelle qui ont particularisé la région et ses habitants, Beaune s'imposait encore, compte tenu de la beauté et de la variété de ses paysages naturels et bâtis, mais encore de sa renommée en tant que capitale des vins de bourgogne et ancien lieu de résidence des Ducs de Bourgogne avant qu'ils ne s'établissent définitivement à Dijon. Deux éléments qui en ont fait un pôle d'attraction touristique majeur, dûment répertorié dans notre imaginaire (nous en voulons pour preuve que sa seule mention, un peu comme celle de Bruges, Limoges ou Porto, évoque immédiatement son lot de paysages et de sensations à nuls autres pareils).
D'autre part, son économie, et donc son mode de vie, sont largement dépendants de l'extérieur, comme en atteste son emploi assidu d'images de ces mêmes paysages et patrimoine, faisant état d'une prédisposition « naturelle » à la nouvelle géostratégie qui peu à peu se met en place avec la refonte des échanges et la redéfinition des acteurs. Autant de raisons qui font que Beaune nous est apparue particulièrement propice à l'étude de l'influence du paysage et des représentations qui en sont faites sur l'aménagement identitaire, économique ou social d'un territoire donné.

2 Pluriel du grec *topos*, *topoï* désignait initialement les genres descriptifs canoniques tels que les présentent les manuels de rhétorique des XVIII^{e} et XIX^{e} siècles. Depuis, on y recourt, notamment en philosophie (*cf.* Bachelard, Durand et Wunenburger) pour désigner des éléments naturels, architecturaux ou culturels éminemment porteurs de sens. Citons, à titre d'exemple, un belvédère, une grange délabrée, un coup d'œil, un bruit comme le ressac de la mer, une odeur comme celle du thym, un toponyme, un monument, etc.

3 Pour en savoir davantage sur le haut-lieu, ces quelques désinences succintement présentées et les autres non-lieu, entre-lieu, lieu attribut, lieu générique et lieu de condensation ici passés sous silence, voir Bédard (2002a et 2002b), mais aussi Augé (1992), Bonnemaison (1996), Debarbieux (1992), Micoud (1991), Nora (1997a, 1997b, 1997c) et Turgeon (1998).

4 Cette préoccupation est si importante que cette ville, comme nombre d'autres, ne nous y trompons pas, a élaboré une iconosphère et une scénographie telles qu'elles lui permettent d'user de moyens reconnus et recherchés par ce même Autre pour l'attirer et donc pour diversifier ses activités comme ses rentes économiques.

5 Une clientèle devenue captive en vertu d'un « réseautage » confortable ou d'un matraquage publicitaire suffisamment insidieux pour lui imposer ses « produits ».

BIBLIOGRAPHIE

AMPHOUX, P. (1992) À l'écoute du paysage. Dans Mondana, L., Panese, F. et Söderstrom, O., *Paysage et crise de la lisibilité - Actes du Colloque international de Lausanne (30 septembre - 2 octobre 1991)*. Lausanne, Institut de Géographie, pp. 183-204.

AUGÉ, M. (1992) *Non lieux – Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris, Seuil.

——— (1994) *Le sens des autres. Actualité de l'anthropologie*. Paris, Fayard.

BAILLY, A. (1995) Les représentations en géographie. Dans A. Bailly, R. Ferras et D. Pumain (dir.) *Encyclopédie de la géographie*, Paris, Economica, pp. 369-381.

BALANDIER, G.(1994) *Le dédale. Pour en finir avec le XX^{e} siècle*. Paris, Fayard.

BÉDARD, M. (2000) Être géographe par-delà la Modernité – Plaidoyer pour un renouveau paradigmatique. *Cahiers de Géographie du Québec*, 44 (122) : 211-227.

——— (2002a) Une typologie du haut-lieu, ou la quadrature d'un géosymbole. *Cahiers de Géographie du Québec*, 46 (127) : 49-74.

——— (2002b) De l'être-ensemble à l'être-au-monde : le rôle du haut-lieu, *Ethnologies*, à paraître.

BERDOULAY, V. (1995) Les valeurs géographiques, dans A. Bailly, R. Ferras et D. Pumain (dir.) *Encyclopédie de la géographie*. Paris, Economica, pp. 383-400.

BERQUE, A. (1990) *Médiance de milieux en paysages*. Montpellier, Reclus.

——— (1995) *Les raisons du paysage – De la Chine antique aux environnements de synthèse*. Paris, Hazan.

——— (1997) *Être humains sur le Terre – Principes d'éthique de l'écoumène*. Paris, Gallimard.

BONNEMAISON, J. (1996) *Les fondements géographiques d'une identité – L'archipel de Vanuatu : essai de géographie culturelle*. Paris, Orstrom.

BONNEMAISON, J. et CAMBREZY, L. (1996) Le lien territorial entre frontières et identités, *Géographie et Cultures*, 20 : 7-18.

BOUMAZA, N. (1992) Paysages urbains périphériques: crise, identité, fabrication urbaine, dans Mondana, L., Panese, F. & Söderstrom, O. *Paysage et crise de la lisibilité - Actes du Colloque international de Lausanne (30 septembre - 2 octobre 1991)*. Lausanne, Institut de Géographie, pp. 97-130.

BUREAU, L. (1997) *Géographie de la nuit*. Montréal, L'Hexagone.

CASES, D. et POTIER, F. (1996) *Le tourisme urbain*. Paris, PUF.

CLAVAL, P. (1994) L'analyse des paysages, dans *Géographie et Cultures*, 13 : 55-74.

COANOUS, T. (1995) Paysage, risques naturels et intérêts locaux – Un conflit de représentations en moyenne montagne, dans *Paysage au pluriel – Pour une approche ethnologique des paysages*. Paris, Éditions de la Maison des Sciences de l'homme, Collection Ethnologie de la France, 9 : 135-149.

CORAJOUD, M. (1990) Regarder le haut lieu de dos, dans *Hauts lieux - Une quête de racines, de sacré, de symboles*. Paris, Autrement, pp. 39-41.

CUECO, H. (1995) Approches du concept de paysage, dans Roger, A. (dir.) *La théorie du paysage en France 1974-1994*. Seyssel, Champ Vallon, pp. 168-181.

DAGONET, F. (1984) *Philosophie de l'image*. Paris, Vrin.

DEBARBIEUX, B. (1992) Le lieu, le territoire et trois figures de rhétorique, *L'Espace géographique*, 24 (2) : 97-112.

FERRIER, J.-P. (1992) Le paysage : connaissance, esthétique et éthique, dans Mondana, L., Panese, F. et Söderstrom, O., *Paysage et crise de la lisibilité - Actes du Colloque international de Lausanne (30 septembre - 2 octobre 1991)*. Lausanne, Institut de Géographie, pp. 267-273.

LAPLANTE, M. (1992) Le patrimoine en tant qu'attraction touristique : histoire, possibilités et limites, dans Neyret, R. (dir.) *Le patrimoine, atout du développement*. Centre Jacques Cartier, Presses universitaires de Lyon, pp. 49-61.

LARRÈRE, R. (1995) Enquêtes sur les singularités des lieux, dans Roger, A. (dir.) *La théorie du paysage en France 1974-1994*. Seyssel, Champ Vallon, pp. 294-312.

LA SOUDIÈRE, M. (1991) Les hauts lieux… mais les autres?, dans *Des Hauts-lieux – La construction sociale de l'exemplarité*. Paris, CNRS, Centre régional de publication de Lyon, pp. 17-31.

LE COUÉDIC, Daniel (2002) Le paysage tué par ceux-là mêmes qui l'adoraient. *Cahiers de géographie du Québec*, 46 (129) : 281-297.

LENCLUD, G. (1995) L'ethnologie et le paysage – Questions sans réponse, dans *Paysage au pluriel – Pour une approche ethnologique des paysages*. Paris, Mission du patrimoine ethnologique, Ethnologie de la France, 9 : 3-17.

LÉVINAS, E. (1983) *Le temps et l'autre*. Paris, PUF.

LEYDET, B. (1995) La mise en signification de la ville dans le message publicitaire : espaces et identité, *Espaces et sociétés – Méthodes et enjeux*, 78 : 118-134.

LUGINBÜHL, Y.(1995) Le paysage rural – La couleur de l'agricole, la saveur de l'agricole, mais que reste-t-il de l'agricole?, dans Roger, A. (dir.*) La théorie du paysage en France 1974-1994*. Seyssel, Champ Vallon, pp. 313-333.

LUSSAULT, M. (1997) Des récits et des lieux : le registre identitaire dans l'action urbaine. Paris, *Annales de Géographie*, 597 : 522-530.

MICOUD, A. (1991) Les lieux exemplaires: des lieux pour faire croire à de nouveaux espaces, dans *Des Hauts-lieux – La construction sociale de l'exemplarité*. Paris, CNRS, Centre régional de publication de Lyon, pp. 53-63.

NORA, P., dir. (1997a) *Les lieux de mémoire I – La République*. Paris, Gallimard.

——— (1997b) *Les lieux de mémoire II – La Nation*. Paris, Gallimard.

——— (1997c) *Les lieux de mémoire III – Les France*. Paris Gallimard.

PAQUOT, T. (1997) Lieu, hors-lieu et être-au-monde, dans Younès, C. et Mangematin, M. (dir.) *Lieux contemporains*. Paris, Descartes et Cie, pp. 11-28.

RAFFESTIN, C. (1995) Les racines rurales de la culture européenne, dans Courville, S. et Séguin, N. (dir.) *Espace et Culture*. Québec, Presses de l'Université Laval, pp. 43-55.

SANTOS, M. (1997) *La nature de l'espace*. Paris, L'Harmattan.

SERRES, M. (1990) *Le contrat naturel*. Paris, F. Bourin.

——— (1991) *Le Tiers-Instruit*. Paris. F. Bourin.

TIZON, P. (1996) Qu'est-ce que le territoire?, dans Di Méo, G. (dir.) *Les territoires du quotidien*. Paris, L'Harmattan, pp. 17-34.

TURGEON, L. (1998) L'état des entre-lieux, dans Turgeon, L. (dir.) *Les entre-lieux de la culture*, Sainte-Foy, L'Harmattan et Presses de l'Université Laval, pp. 11-26.

VIAU, S. (1992) La tétralogie de Québec : capitale, patrimoine, culture et tourisme, dans Neyret, R. (dir.) *Le patrimoine, atout du développement*. Centre Jacques Cartier, Presses universitaires de Lyon, Coll. Transversales II, pp. 115-125.

VINCENT, J.-M. (1997) Quelles mesures pour une cohabitation?, *Urbanismes*, 295 : 44-48.

WUNENBURGER, J.-J. (1995) *La vie des images*. Strasbourg, Presses universitaires de Strasbourg.

——— (1996) Imagination géographique et psycho-géographie, dans Wunenburger, J.-J. et Poirier, J. (dir.*) Lire l'espace – Recueil*. Bruxelles, Ousia, pp. 399-414.